

**ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH KURSUS PADA  
MIEKO ART SCHOOL MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**RIA NOVITA**

**NPM : 12.832.0263**



**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2017**

**ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH KURSUS PADA  
MIEKO ART SCHOOL MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi  
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Manajemen**

**Oleh :**

**RIA NOVITA**

**NPM : 12.832.0263**



**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2017**

**JUDUL : ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH KURSUS PADA MIEKO ART  
SCHOOL MEDAN**

**NAMA : RIA NOVITA**

**NIM : 12 832 0263**

**JURUSAN : MANAJEMEN**

**Menyetujui :**

**Komisi Pembimbing**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**(Drs. H. Miftahuddin, MBA)**

**(Adelina Lubis, SE, MSi)**

**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan**

**Dekan**

**(Adelina Lubis, SE, MSi)**

**(Dr. H. Ihsan Effendi, SE, MSi)**

**Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : / /2017**



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998  
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
 Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id akademik.feuma@gmail.com

### Penyerahan Skripsi

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, tersebut dibawah ini :

**N a m a** : Ria Novita  
**T.Tgl Lahir** : Sei Mencirim, 29 Maret 1990  
**N P M** : 128320263  
**Alamat** : Jalan Johar Sei Mencirim No. 14  
**No. Telp/HP** : 0813 7139 2844  
**Judul Skripsi** : Analisis Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Kursus Pada Mieko Art School Medan

Telah menyerahkan skripsinya kepada masing-masing :

No	Jabatan	N a m a	Tanda Tangan
1	Ketua Sidang Meja Hijau	Drs. H. Miftahuddin , MBA	
2	Pembimbing I	Adelina Lubis, SE, M.Si	
3	Pembimbing II	Ir. M. Yamin Siregar, MM	
4	Fakultas/ Prodi	Adelina Lubis, SE, M.Si	+ CDR Skripsi
5	Perpustakaan UMA	Kampus I UMA	+ CDR Skripsi
6	Tempat Riset	Mieko Art School Medan	

Mengetahui

Dekan,

**Dr. Insan Effendi, SE, M.Si**

Medan, Oktober 2017  
 Yang Menyerahkan Skripsi

Ria Novita

**Catatan :**  
 Penyerahan Skripsi ke tempat riset harus di **STEMPEL**

- 1. Penyerahan Ini Merupakan 1 dari 3 Syarat Untuk Mengambil Ijazah :**  
**2. Universitas Medan Area**  
**3. Surat Pengembalian Toga**



Judul Skripsi : Analisis Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Kursus Pada Mieko Art School Medan

Nama Mahasiswa : RIA NOVITA

No. Stambuk : 12 832 0263

Program : Manajemen

Menyetujui :

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs. H. Miftahuddin, MBA)

(Adelina Lubis, SE.,M.Si)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Dekan

(Adelina Lubis, SE.,M.Si)

(Dr. Ihsan Effendi, SE.,M.Si)

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 15 / 7 / 2017

## ABSTRAK

### **RIA NOVITA, Analisis Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Kursus Pada Mieko Art School Medan. Skripsi, tahun 2017.**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kursus pada mieko art school medan, apakah sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kursus pada mieko art school medan serta apakah persepsi kualitas dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kursus pada mieko art school medan.

Populasi dalam penelitian ini adalah orangtua dari murid Mieko Art School Medan yang berjumlah 347 orang, dengan pengambilan sampel yang digunakan yaitu menggunakan rumus Slovin diperoleh sampel penelitian ini berjumlah 40 orang.

Adapun teknik analisis data yang dipergunakan yaitu Uji Kualitas Data, Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis yaitu Uji t (Parsial), Uji f (Simultan) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini maka diperoleh jawaban dari rumusan masalah yaitu persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kursus pada mieko art school medan, sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kursus pada mieko art school medan, persepsi kualitas dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kursus pada mieko art school medan.

Kata kunci : Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, Keputusan Konsumen.

## ABSTRACT

**RIA NOVITA. Perception Analysis Of Quality and Consumer Attitudus to Consumer Decision In Choosing Courses At Mieko Art School Medan. Thesis, 2017**

The purpose of the study to be achieved by the authors of this study is to analyze whether the perception of quality have a positive and significant impact on consumer decisions in choosing courses in Mieko Art School Medan, whether consumer attitudes have a positive and significant impact on consumer decisions in choosing courses in Mieko Art School Medan as well as whether perceptions of quality consumer attitudes have a positive and significant impact on consumer decisions in choosing courses in Mieko Art School Medan.

The population in this study were parents of students of Mieko Art School Medan wich amounted to 347 people, with sampling used is using Slovin formula obtained by this research sample amounted to 40 people.

The data analysis technique used is Data Quality Test, Multiple Linear Regression Analysis Test, Classical Assumption Test and Hypotheses Test is T test (Partial), Test f (Simultaneous) and test Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>).

Based on the results of research and discussion, the authors draw conclusions in this study then obtained the answer of the problem formulation that is the perception of quality have a positive and significant impact on consumer decisions in choosing courses in Mieko Art School Medan, consumer attitudes have a positive and significant impact on consumer decisions in choosing courses in Mieko Art School Medan, perceptions of quality consumer attitudes have a positive and significant impact on consumer decisions in choosing courses in Mieko Art School Medan.

Keywords: Perceptions of Quality, Consumer Attitudes, Consumer Decisions



## KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji dan syukur dan terima kasih kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH KURSUS PADA MIEKO ART SCHOOL MEDAN”**. guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Medan Area.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. H. Ihsan Effendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Medan Area dan juga selaku Dosen Pembimbing Pedamping yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya skripsi.
4. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA, selaku sebagai Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberi bimbingan, saran, ilmu dan motivasi yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.



5. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM, selaku sebagai Dosen Penguji yang memberikan bimbingan, saran dan motivasi yang berguna
6. Ibu Yuni Syahputri, SE, MSi, selaku sebagai Sekretaris yang memberikan bimbingan, saran dan motivasi yang sudah diberikan kepada penulis.
7. Keluarga besar Universitas Medan Area (UMA) atas bantuan dan bimbingan penulis dapat menyelesaikan pendidikan saat ini.
8. Ucapan Terima Kasih buat teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2012 maupun junior/senior saya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis baik selama perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.
9. Pimpinan Mieko Art School Medan Ibu Shirley Sutantio, selaku Bos saya yang dengan sangat baik hati, demawan, memberi izin kepada saya untuk kuliah serta di akhir dia mengizinkan saya melakukan penelitian dan mendapatkan data yang diperlukan untuk penyelesaian skripsi ini
10. Ucapan Terima Kasih untuk staff Mieko Art School Medan, Winda, Pak Aan, Ka Nisa, Ren, Iku, Janes, Sensei Erlina Hutagalung dan Balkis yang sudah sangat baik sekali dan pengertian yang luar biasa terhadap saya.
11. Ucapan Terima Kasih untuk Teman-teman saya yang mendukung dan mendengarkan keluh kesah serta curhatan gak penting dari saya yaitu Nelfa Putriana Hutabarat , Ade Nelly , Panji Yusri, Desi Sylvia Hutagalung, Melina Junita, Ka Tiur Famelia, Yudi Affandi, Team Kampretoz, team Kepot Gank kak Atta and the Genk, Jumadin dan yang lain yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.

12. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga untuk Keluarga saya tercinta yang telah memotivasi saya. Kaka saya Maya Widia dan keluarganya, adik saya Lola Selviana yang memberikan semangat terhadap saya, Pacar saya dan yang terakhir yang paling saya cintai Alm. Abah dan ibu saya yang membesarkan dan memberi dukungan baik moril dan material serta selalu mendoakan saya dalam menyelesaikan pendidikan ke perguruan tinggi.

Saya menyadari skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan bagi saya. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, Juli 2017  
Penulis

**RIA NOVITA**  
**NPM: 12 832 0263**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II. LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
A. Uraian Teoritis.....	7
1. Pengertian Persepsi Kualitas .....	7
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi Kualitas .....	8
3. Indikator Persepsi Kualitas .....	10
4. Pengertian Sikap Konsumen .....	10
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Sikap Konsumen .....	10
6. Indikator Sikap Konsumen .....	12
7. Pengertian Keputusan Konsumen.....	12
8. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Konsumen.	13
9. Indikator Sikap Konsumen .....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	14
C. Kerangka Konseptual .....	15
D. Hipotesis .....	15



<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
A. Jenis Penelitian .....	17
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	17
C. Populasi dan Sampel .....	18
1. Populasi .....	18
2. Sampel .....	19
D. Definisi Operasional Variabel .....	20
E. Jenis dan Sumber Data .....	21
F. Teknik Pengumpulan Data .....	21
G. Teknik Analisis Data .....	22
1. Uji Kualitas Data .....	22
2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	23
3. Uji Asumsi Klasik .....	24
4. Uji Hipotesis .....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
A. Hasil Penelitian .....	29
1. Sejarah Singkat Mieko Art School Medan .....	29
2. Visi dan Misi .....	31
3. Struktur Organisasi .....	32
4. Tugas dan Wewenang Jabatan .....	32
B. Pembahasan .....	35
1. Identifikasi Responden .....	35
2. Jawaban Responden .....	36
3. Uji Kualitas Data .....	41
a. Uji Validitas .....	41
b. Uji Reliabilitas .....	43
4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
5. Uji Asumsi Klasik .....	45
a. Uji Normalitas .....	45
b. Uji Multikolinearitas .....	47
c. Uji Heterokedastisitas .....	48

6. Uji Hipotesis .....	49
a. Uji t (Parsial) .....	49
b. Uji F (Simultan) .....	50
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>52</b>
A. Kesimpulan .....	52
B. Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual .....	16
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi .....	32
Gambar 4.2 : Grafik Histogram .....	46
Gambar 4.3 : Grafik Normal Probability Plot .....	46
Gambar 4.4 : Uji Heteroskedastisitas.....	48





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 : Rincian Waktu Penelitian .....	18
Tabel 3.2 : Jumlah orang tua murid Mieko Art School Medan .....	18
Tabel 3.3 : Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya.....	20
Tabel 3.4 : Skala Pengukuran Likert .....	22
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4.3 : Mieko Art School memiliki kualitas yang baik dibandingkan sekolah gambar lainnya .....	36
Tabel 4.4 : Menurut saya, Mieko Art School memiliki karakteristik tambahan yang berbeda dari tempat lainnya.....	37
Tabel 4.5 : Mieko Art School handal dalam membuat peserta didik agar menjadi seniman yang professional dan internasional dalam bidang bidang seninya.....	37
Tabel 4.6 : Saya memiliki pengetahuan mengenai Mieko Art School merupakan sekolah gambar yang terkenal.....	38
Tabel 4.7 : Saya percaya untuk menyelohkan anak saya di Mieko Art School	38
Tabel 4.8 : Saya mengetahui manfaat utama dari mensekolahkan anak saya di Mieko Art School .....	39
Tabel 4.9 : Menurut saya tidak ada pilihan sekolah lain untuk mensekolahkan anak saya di Mieko Art School sebagai pilihan terbaik .....	39
Tabel 4.10 : Menurut saya informasi tentang kualitas Mieko Art School sudah memasyarakat.....	40
Tabel 4.11 : Saya akan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar anaknya sekolah di Mieko Art School.....	40
Tabel 4.12 : Saya tertarik mensekolahkan anak saya selanjutnya di Mieko Art School ini .....	41
Tabel 4.13 : Hasil Uji Validitas Data .....	42
Tabel 4.14 : Hasil Uji Reliabilitas Data .....	43

Tabel 4.15 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
Tabel 4.16 : Uji Normalitas .....	45
Tabel 4.17 : Uji Multikolinearitas .....	47
Tabel 4.18 : Uji t ( Parsial) .....	49
Tabel 4.19 : Uji F (Simultan) .....	50
Tabel 4.20 : Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51

**DAFTAR PUSTAKA .....**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Keputusan pembelian konsumen dianggap penting karena hasil penjualan perusahaan bersumber dari dua kelompok dasar, yaitu konsumen baru dan pelanggan yang membeli ulang. Machfoedz (2005 : 44).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2005:125), keputusan pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh persepsi dan sikap. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Wahyuni (2008) yang menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh persepsi dan sikap.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teoritis**

##### **1. Pengertian Persepsi Kualitas**

Persepsi terhadap kualitas dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas atau keunggulan suatu produk atau layanan ditinjau dari fungsinya dengan produk - produk lain Simamora (2009:70), sedangkan menurut Durianto, dkk (2008:90) pembahasan persepsi kualitas pelanggan terhadap produk dan atau atribut yang dimiliki produk (kepentingan tiap pelanggan berbeda). Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Intinya adalah bahwa persepsi dapat sangat beragam antara individu satu dengan yang lain yang mengalami realitas yang sama. Seseorang mungkin menganggap wiraniaga yang berbicara dengan cepat sebagai orang yang agresif dan tidak tulus, sementara yang lain mungkin menganggap orang yang sama sebagai orang yang pintar dan suka membantu. Setiap orang akan menanggapi secara berbeda terhadap wiraniaga (Kotler dan Keller,2005:152).

Cara orang bertindak dipengaruhi oleh persepsi dirinya tentang sebuah situasi. Meskipun demikian, masing-masing pribadi menerima, mengatur dan menginterpretasikan informasi sensorik dalam dirinya sendiri (Kotler dan Amstrong,2009:195).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini dapat digolongkan penelitian kuantitatif asosiatif kausal. Sugiyono (2010:56) mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian kuantitatif asosiatif kausal adalah penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih dari beberapa populasi atau sampel dengan teknik pengambilan sampel secara random dan menggunakan instrument penelitian dalam pengumpulan data untuk menguji hipotesis/dugaan yang telah ditetapkan dengan beberapa pertanyaan/angket.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian adalah Mieko Art School Medan yang beralamat di Jl. Iskandar Muda No. 282 Medan.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian yang direncanakan sebagai berikut :

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **ANALISIS PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH KURSUS PADA MIEKO ART SCHOOL MEDAN**

---

Yth. Bapak/Ibu

di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan program studi Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, saya mengharapkan kesediaan dan partisipasi bapak/ibu untuk kuisisioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya di Mieko Art School Medan dan sejujurnya tanpa paksaan dari pihak manapun. Kerahasiaan identitas bapak ibu akan dijaga sesuai dengan kode etik penelitian.

Atas perhatian dan kerjasama bapak/ibu dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Penulis

Ria Novita

### **A. Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti
2. Jawablah pertanyaan dengan benar dan jujur
3. Berilah tanda checklist (  $\checkmark$  ) pada jawaban yang anda anggap benar
4. Selamat menjawab dan terima kasih

### **B. Identitas Pribadi Responden**

Nama :  
Jenis kelamin : Laki-laki/ Perempuan  
Usia : .....tahun

### **C. Keterangan Pilihan Dan Kriteria Jawaban**

SS : Sangat Setuju : diberi skor 5  
S : Setuju : diberi skor 4  
KS : Kurang Setuju : diberi skor 3  
TS : Tidak Setuju : diberi skor 2  
STS : Sangat Tidak Setuju : diberi skor 1

## D. Pernyataan

### I. Persepsi Kualitas ( $X_1$ )

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Mieko Art School memiliki kualitas yang baik dibandingkan sekolah gambar lainnya					
2	Menurut saya, Mieko Art School memiliki karakteristik tambahan yang berbeda dari tempat lainnya					
3	Mieko Art School handal dalam membuat peserta didik agar menjadi seniman yang professional dan internasional dalam bidang seninya					

### II. Sikap Konsumen ( $X_2$ )

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memiliki pengetahuan mengenai Mieko Art School merupakan sekolah gambar yang terkenal					
2	Saya percaya untuk menyelahkan anak saya di Mieko Art School					
3	Saya mengetahui manfaat utama dari mensekolahkan anak saya di Mieko Art School					

### III. Keputusan Konsumen ( $Y$ )

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya tidak ada pilihan sekolah lain untuk mensekolahkan anak saya di Mieko Art School sebagai pilihan terbaik					
2	Menurut saya informasi tentang kualitas Mieko Art School sudah memasyarakat					
3	Saya akan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar anaknya sekolah di Mieko Art School					
4	Saya tertarik mensekolahkan anak saya selanjutnya di Mieko Art School ini					

\*\*\*\*\*TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI SAUDARA\*\*\*\*\*



## Teknik Analisis Data

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Validitas

#### Uji Persepsi Kualitas (X1)

		Correlations			
		Persepsi Kualitas 1	Persepsi Kualitas 2	Persepsi Kualitas 3	Total Persepsi Kualitas
Persepsi Kualitas 1	Pearson Correlation	1	,010	,147	,614**
	Sig. (2-tailed)		,961	,484	,001
	N	25	25	25	25
Persepsi Kualitas 2	Pearson Correlation	,010	1	,285	,575**
	Sig. (2-tailed)	,961		,168	,003
	N	25	25	25	25
Persepsi Kualitas 3	Pearson Correlation	,147	,285	1	,770**
	Sig. (2-tailed)	,484	,168		,000
	N	25	25	25	25
Total Persepsi Kualitas	Pearson Correlation	,614**	,575**	,770**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,003	,000	
	N	25	25	25	25

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Validitas Sikap Konsumen (X2)

### Correlations

		Sikap Konsumen 1	Sikap Konsumen 2	Sikap Konsumen 3	Total Sikap Konsumen
Sikap Konsumen 1	Pearson Correlation	1	-,018	,546**	,850**
	Sig. (2-tailed)		,933	,005	,000
	N	25	25	25	25
Sikap Konsumen 2	Pearson Correlation	1	-,026	-,033	,731**
	Sig. (2-tailed)		,900	,875	,000
	N	25	25	25	25
Sikap Konsumen 3	Pearson Correlation	,546**	-,086	1	,808**
	Sig. (2-tailed)	,005	,683		,000
	N	25	25	25	25
Total Sikap Konsumen	Pearson Correlation	,850**	,276	,808**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,181	,000	
	N	25	25	25	25

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y)

### Correlations

		Keputusan Konsumen 1	Keputusan Konsumen 2	Keputusan Konsumen 3	Keputusan Konsumen 4	Total Keputusan Konsumen
Keputusan Konsumen 1	Pearson Correlation	1	-,018	,546**	-,191	,844**
	Sig. (2-tailed)		,933	,005	,362	,000
	N	25	25	25	25	25
Keputusan Konsumen 2	Pearson Correlation	1	-,026	-,033	-,026	,684**
	Sig. (2-tailed)		,900	,875	,900	,000
	N	25	25	25	25	25
Keputusan Konsumen 3	Pearson Correlation	,546**	-,086	1	-,355	,751**
	Sig. (2-tailed)	,005	,683		,082	,000
	N	25	25	25	25	25
Keputusan Konsumen 4	Pearson Correlation	-,033	-,109	1	-,109	,409 <sup>†</sup>
	Sig. (2-tailed)	,875	,604		,604	,043
	N	25	25	25	25	25
Total Keputusan Konsumen	Pearson Correlation	,844**	,261	,751**	-,057	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,208	,000	,786	
	N	25	25	25	25	25

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## b. Reliabilitas

### Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas (X1)

Scale: ALL VARIABLES

#### Persepsi Kualitas (X1)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,560	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Persepsi Kualitas 1	20,28	1,543	,127	,599
Persepsi Kualitas 2	20,36	1,407	,436	,462
Persepsi Kualitas 3	20,12	1,193	,412	,454

## Uji Reliabilitas Sikap Konsumen (X2)

Scale: ALL VARIABLES

### Sikap Konsumen (X2)

**Case Processing Summary**

		N	%
Valid		25	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>		0	,0
Total		25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sikap Konsumen 1	26,00	5,500	,637	,849
Sikap Konsumen 2	25,92	5,493	,710	,837
Sikap Konsumen 3	26,08	6,077	,457	,874



## Uji Reliabilitas Keputusan Konsumen (Y)

Scale: ALL VARIABLES

### Keputusan Konsumen (Y)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,907	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keputusan Konsumen 1	19,40	1,583	,761	,887
Keputusan Konsumen 2	19,40	1,583	,761	,887
Keputusan Konsumen 3	19,40	1,583	,761	,887
Keputusan Konsumen 4	19,36	1,740	,674	,904

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Normalitas

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Persepsi Kualitas	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%
Sikap Konsumen	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%
Keputusan Konsumen	40	100,0%	0	0,0%	40	100,0%

**Descriptives**

		Statistic	Std. Error
Persepsi Kualitas	Mean	12,85	,174
	95% Confidence Interval for Mean		
	Lower Bound	12,50	
	Upper Bound	13,20	
	5% Trimmed Mean	12,92	
	Median	13,00	
	Variance	1,208	
	Std. Deviation	1,099	
	Minimum	10	
	Maximum	14	
	Range	4	
	Interquartile Range	2	
	Skewness	-,542	,374
	Kurtosis	-,505	,733
Sikap Konsumen	Mean	12,23	,154
	95% Confidence Interval for Mean		
	Lower Bound	11,91	
	Upper Bound	12,54	
	5% Trimmed Mean	12,19	
	Median	12,00	
	Variance	,948	
	Std. Deviation	,974	
	Minimum	11	
	Maximum	14	
Range	3		

	Interquartile Range		1	
	Skewness		,573	,374
	Kurtosis		-,516	,733
	Mean		16,23	,158
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	15,91	
		Upper Bound	16,54	
	5% Trimmed Mean		16,19	
	Median		16,00	
	Variance		,999	
Keputusan Konsumen	Std. Deviation		1,000	
	Minimum		15	
	Maximum		18	
	Range		3	
	Interquartile Range		2	
	Skewness		,493	,374
	Kurtosis		-,710	,733

#### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Persepsi Kualitas	,227	40	,000	,853	40	,000
Sikap Konsumen	,291	40	,000	,841	40	,000
Keputusan Konsumen	,264	40	,000	,853	40	,000

a. Lilliefors Significance Correction

## b. Multikolinearitas

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,961 <sup>a</sup>	,923	,919	,285	,923	221,247	2	37	,000

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Persepsi Kualitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	3,697	,604		6,125	,000					
1 Persepsi Kualitas	,201	,058	,221	3,446	,001	,778	,493	,157	,505	1,979
Sikap Konsumen	,813	,066	,792	12,328	,000	,948	,897	,563	,505	1,979

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Persepsi Kualitas	Sikap Konsumen
1	1	2,994	1,000	,00	,00	,00
1	2	,004	28,076	,96	,24	,07
	3	,002	39,348	,04	,76	,93

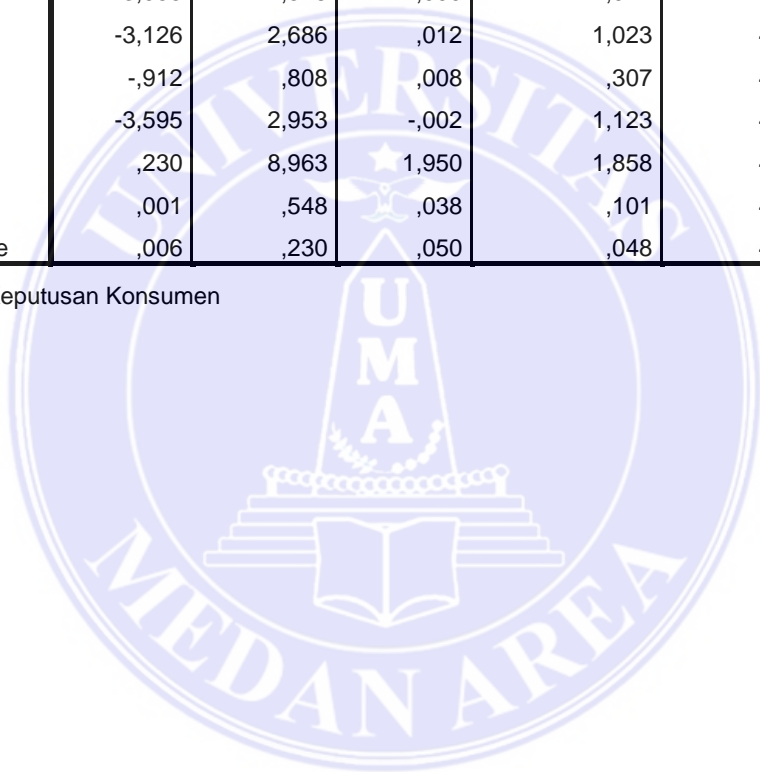
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

**c. Heteroskedastisitas**

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14,65	17,90	16,23	,960	40
Std. Predicted Value	-1,635	1,744	,000	1,000	40
Standard Error of Predicted Value	,050	,144	,075	,022	40
Adjusted Predicted Value	14,56	17,89	16,22	,966	40
Residual	-,871	,726	,000	,278	40
Std. Residual	-3,055	2,548	,000	,974	40
Stud. Residual	-3,126	2,686	,012	1,023	40
Deleted Residual	-,912	,808	,008	,307	40
Stud. Deleted Residual	-3,595	2,953	-,002	1,123	40
Mahal. Distance	,230	8,963	1,950	1,858	40
Cook's Distance	,001	,548	,038	,101	40
Centered Leverage Value	,006	,230	,050	,048	40

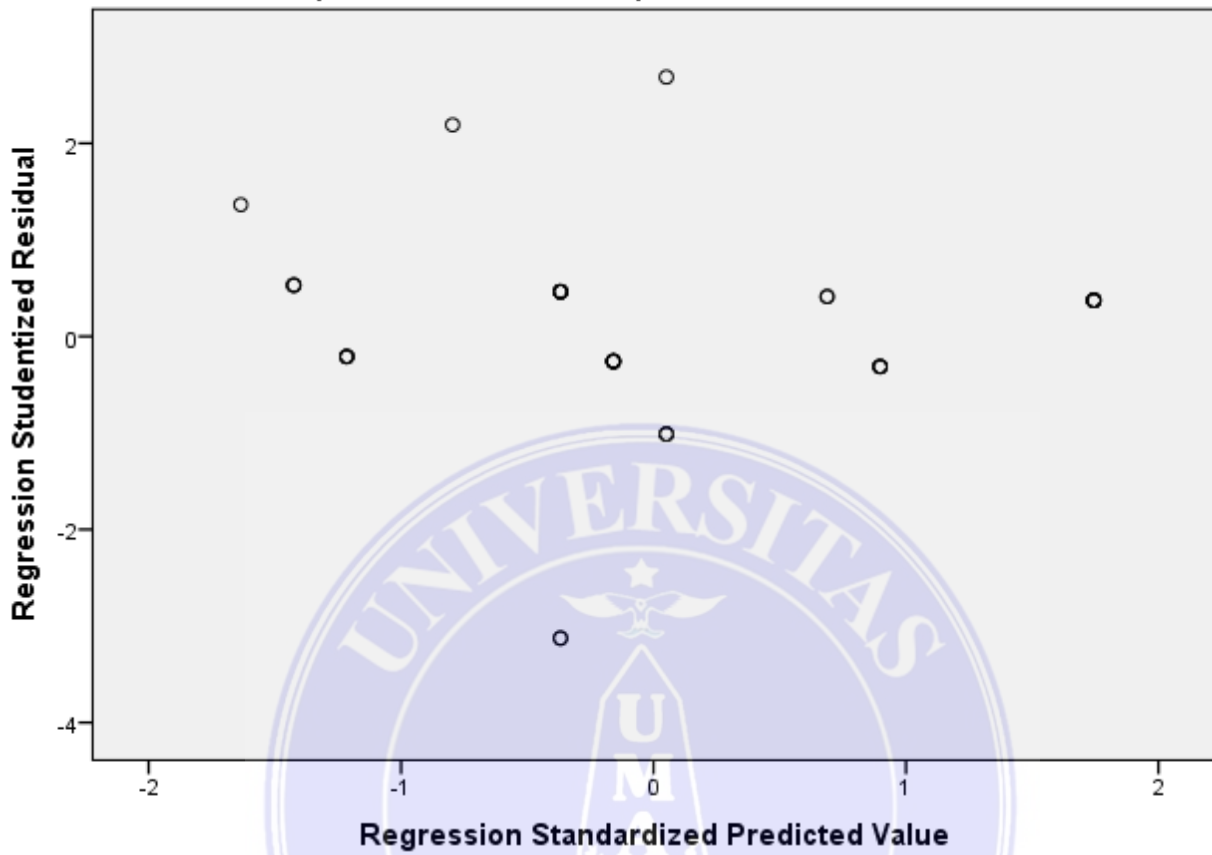
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen





### Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Konsumen



### 3. Uji Hipotesis

a. Uji t

b. Uji F

c. Uji R<sup>2</sup>

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap Konsumen, Persepsi Kualitas <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,961 <sup>a</sup>	,923	,919	,285	,996

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Persepsi Kualitas

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35,968	2	17,984	221,247	,000 <sup>b</sup>
	Residual	3,007	37	,081		
	Total	38,975	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Persepsi Kualitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,697	,604		6,125	,000
1 Persepsi Kualitas	,201	,058	,221	3,446	,001
Sikap Konsumen	,813	,066	,792	12,328	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

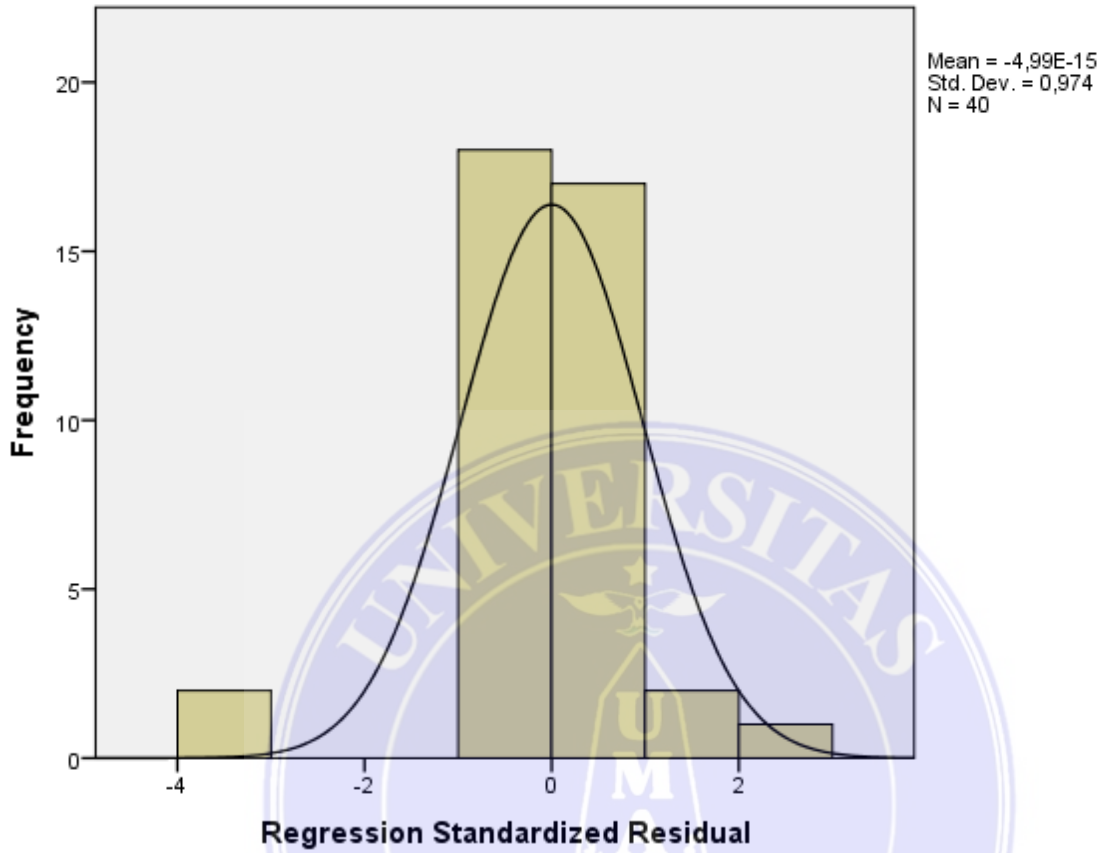
**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14,65	17,90	16,23	,960	40
Std. Predicted Value	-1,635	1,744	,000	1,000	40
Standard Error of Predicted Value	,050	,144	,075	,022	40
Adjusted Predicted Value	14,56	17,89	16,22	,966	40
Residual	-,871	,726	,000	,278	40
Std. Residual	-3,055	2,548	,000	,974	40
Stud. Residual	-3,126	2,686	,012	1,023	40
Deleted Residual	-,912	,808	,008	,307	40
Stud. Deleted Residual	-3,595	2,953	-,002	1,123	40
Mahal. Distance	,230	8,963	1,950	1,858	40
Cook's Distance	,001	,548	,038	,101	40
Centered Leverage Value	,006	,230	,050	,048	40

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

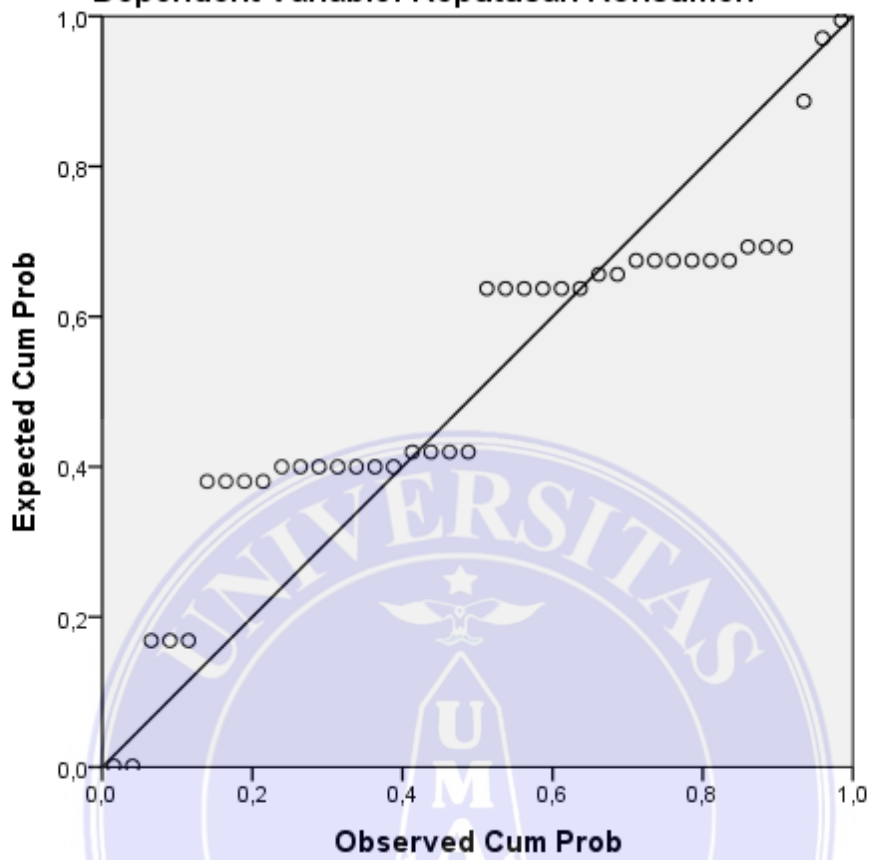
### Histogram

Dependent Variable: Keputusan Konsumen



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

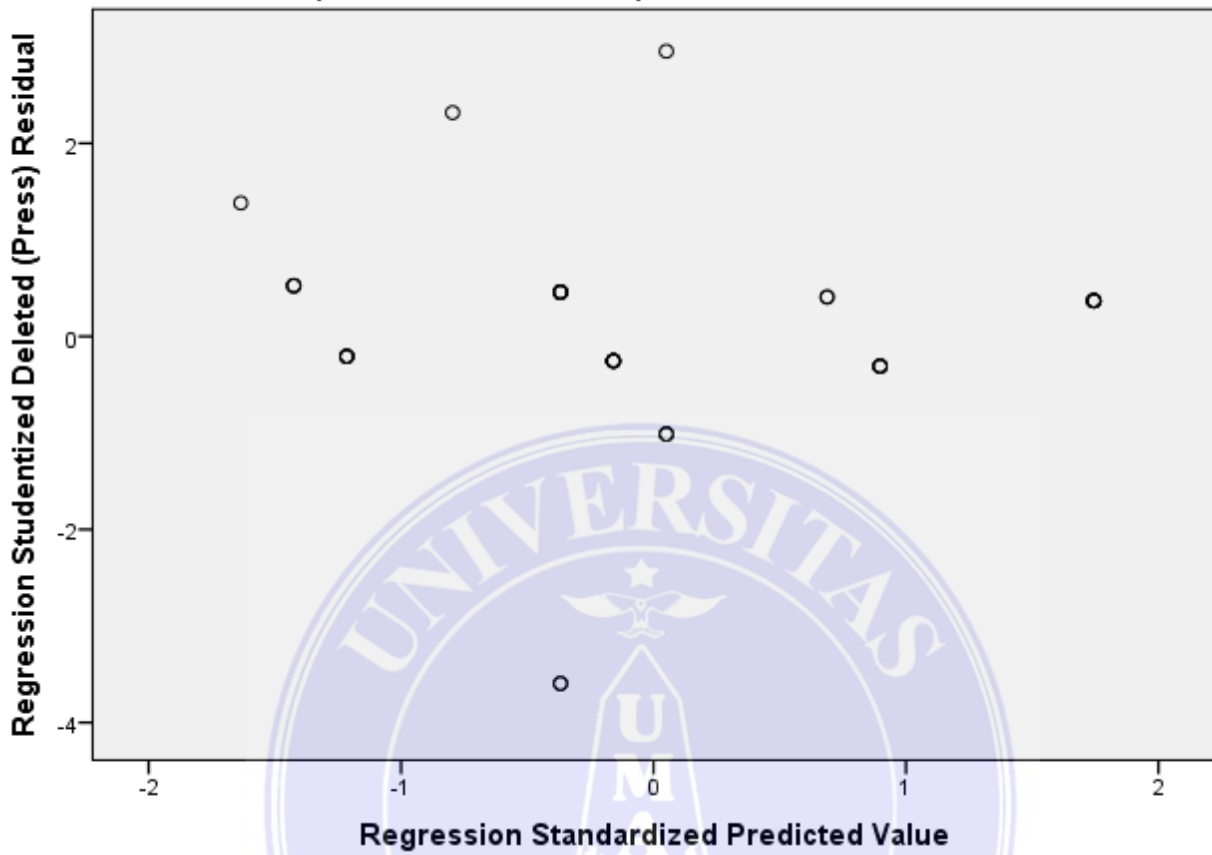
**Dependent Variable: Keputusan Konsumen**





### Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Konsumen



## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2006. *Managing Brand Equity : Capitalizing on The Value of a Brand Name*, United States of America The Free Press
- Arikonto, Suharsimi. 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin. 2008. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Chapman and Wahlers, 2005, *A Revision and Empirical Test of The Extended Price – Perceived Quality Model*. Journal of Marketing
- Durianto, Darmadi. Dkk. 2008. *Strategi Menaklukkan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Machfoedz, Mahmud, 2005, *Pengantar Pemasaran Modern*, cetakan pertama, Penerbit : UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2009. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga
- Nugroho, 2005, *Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. Kencana Prenanda Media, Jakarta.
- Kotler, Philip, Armstrong. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Lindawati. 2005. *Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia
- Purwanto. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Robbins S .P. 2006. *Riset Pemasaran Dan Perilaku konsumen*. Edisi kesepuluh: Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Rully Priyamitra. 2012. *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza di Semarang*
- Simamora, Henry. 2009. *Riset Sumber Daya Manusia*, Edisi Ke-2, Cetakan Ketiga, STIE YKPN, Yogyakarta
- Supranto. 2005. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sujoko. 2007. *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Dalam Memilih SMK Negeri 1 Bangkinang*

Wahyuni, Dewi Urip (2008). *Analisis Pengaruh Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di kawasan Surabaya Barat*. Universitas Hang Tuah Surabaya. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 10 No. 1

Winardi. 2006. *Perilaku Organisasi*, Edisi Revisi, Jakarta: Kencana

